

## Аннотация к дисциплине

### «Социально-коммуникационные функции рекламы в масс-медиа современного мегаполиса»

**Целью** освоения дисциплины «Социально-коммуникационные функции рекламы в масс-медиа современного мегаполиса» является ознакомление обучающихся с принципами социальной ответственности профессиональной деятельности и овладением инструментарием по созданию социально значимого продукта (ОПК-7)

**Задачами** освоения дисциплины «Социально-коммуникационные функции рекламы в масс-медиа современного мегаполиса» являются:

1. знания:
  - общемировых факторов, приведших к возникновению новой парадигмы бизнеса;
  - причин, приведших к превращению деловой репутации в главный нематериальный актив, капитализирующий бизнес;
  - основных подходов, методов и технологий репутационного менеджмента.
2. умения:
  - анализировать формы и способы осуществления процесса управления репутацией;
  - выбирать оптимальные коммуникационные инструменты для решения поставленных задач по управлению репутацией;
3. навыки:
  - владения основным понятийным аппаратом в области современных коммуникационных технологий;
  - разработки коммуникационных стратегий.